

## KAJIAN POTENSI WISATA PANTAI KABUPATEN TRENGGALEK

Nasrulloh Muzaki

Mahasiswa S-1 Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya

[muzakky0@gmail.com](mailto:muzakky0@gmail.com)

Dra. Ita Mardiani Zain, M.Kes

Dosen Program Studi S-1 Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya

### Abstrak

Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang tinggi, mulai dari wisata alam, budaya hingga buatan manusia. Keberadaan obyek wisata mampu memberikan dorongan terhadap pertumbuhan ekonomi, pendapatan daerah, memberdayakan masyarakat, dan memperluas lapangan pekerjaan. Tujuan utama pembangunan pariwisata yaitu untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan memberikan kontribusi bagi perkembangan pariwisata. Permasalahan yang muncul adalah adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Trenggalek tahun 2014 sebesar 12,1%, selain itu pertumbuhan ekonomi Kabupaten Trenggalek menurun sebesar 9,6%. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Trenggalek mengalami peningkatan sebesar 15%, namun peningkatan tersebut belum dibarengi dengan peningkatan kondisi ekonomi masyarakat, dimana pertumbuhan ekonomi Kabupaten Trenggalek tahun 2015 turun sebesar 4,7% ditambah lagi dengan jumlah penduduk miskin yang meningkat sebesar 2,4%.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek. Jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan metode *Integrated Beach Value Index* (IBVI) dengan parameter *Beach Index* (BI), *Knowledge Index* (KI) dan *Monetary Index* (MI). Lokasi penelitian adalah di Desa Tasikmadu dan Pantai Prigi di Kecamatan Watulimo, Desa Munjungan dan Pantai Blado di Kecamatan Munjungan dan Desa Wonocoyo dan Pantai Pelang di Kecamatan Panggul. Populasi dan sampel dalam penelitian ini terdiri dari wisatawan dan masyarakat di sekitar obyek wisata pantai. Jumlah sampel wisatawan sebanyak 102 wisatawan yang terbagi menjadi tiga yaitu 34 wisatawan pada masing-masing obyek wisata pantai. Sampel masyarakat di sekitar obyek wisata sebanyak 100 orang pada masing-masing desa dimana obyek wisata pantai berada. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Potensi obyek wisata Pantai Prigi tergolong sedang dengan nilai IBVI 0,74. Potensi tersebut ditinjau dari segi *Beach Index* (BI) menunjukkan potensi tinggi dengan nilai 0,80, *Knowledge Index* (KI) dan *Monetary Index* (MI) pantai Prigi memiliki potensi yang sedang dimana nilai KI 0,67 dan nilai MI 0,75. 2) Pantai Blado merupakan pantai yang bisa dikategorikan memiliki potensi yang sedang dengan nilai IBVI adalah 0,69. Nilai BI Pantai Blado adalah 0,66, nilai KI adalah 0,59 dan nilai MI adalah 0,81. Nilai BI, KI obyek wisata pantai Blado termasuk dalam kategori potensi sedang, sedangkan nilai MI termasuk kategori tinggi. 3) Potensi obyek wisata Pantai Pelang tergolong tinggi. Nilai IBVI Pantai Pelang adalah 0,74. Potensi tersebut ditinjau dari segi BI menunjukkan potensi tinggi dengan nilai 0,82, sedangkan ditinjau dari KI dan MI Pantai Pelang memiliki potensi yang sedang dimana nilai KI 0,65 dan nilai MI 0,74.

Kata kunci : obyek wisata pantai, potensi, *beach index*, *knowledge index*, *monetary index*

### Abstract

*Trenggalek, one of districts in East Java, has high tourism potential such as natural tourism, culture and man made tourism. The existence of tourism is able to support the economic growth, regional income, empower the community, and extend job opportunities. The purpose of tourism development is to increase the number of tourists visit. The number of tourists visit contributes to the tourism development. The problem is the number of tourists' visit decreased up to 12,1% in 2014, in addition the economic growth decreased up to 9,6%. In 2015 number of tourists' visit increased up to 15%, but was not followed by community economic increase where the economic growth of Trenggalek district in 2015 decreased up to 4,7% furthermore, the number of poor people decreased up to 2,4% from 2014.*

*This study was to examine the potential beach tourism object in Trenggalek district. The design of this research was quantitative research using Integrated Beach Value Index (IBVI) method, the parameters were Beach Index (BI), Knowledge Index (KI) and Monetary Index (MI). The research settings were in Tasikmadu village and Prigi beach in Watulimo subdistrict, Munjungan village and Blado beach in Munjungan subdistrict and also Wonocoyo village and Pelang beach in Panggul subdistrict. The population and sample of this research consisted of tourists and community around the beach tourism object. Sample of tourists was 102 tourists divided by three, they were : 34 tourists of Prigi beach, 34 tourists of Blado Beach and 34 tourists of Pelang Beach. The sample of community around*

the beach tourism object was 100 people of the village. Data analysis techniques used descriptive quantitative and the data was collected by questionnaire and documentation.

The research result shows that 1) the Prigi beach tourism object potency was categorized as medium by IBVI score was 0,74. The potency considered from Beach Index (BI) score was 0,80 that showed it was high potency, Knowledge Index (KI) and Monetary Index (MI) had a medium potency, each score was 0,67 and 0,75. 2) Blado beach was a beach that had a medium potency by the IBVI score was 0,69. BI score of Blado beach was 0,66 and KI score was 0,59, those score included into medium potency while MI score was 0,81 included into high potency. 3) The potency of Pelang beach included into medium potency, it had IBVI score 0,74. The score was considered from BI showed categorize as high potency by the score 0,82, while KI and MI score categorized into medium potency, KI score was 0,65 and MI score was 0,74.

**Keywords :** beach tourism object, potency, beach index, knowledge index, monetary index

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi pariwisata yang tinggi. Kekayaan alam dan budaya yang dimiliki merupakan modal penting dalam industri pariwisata. Lingkungan alam yang lengkap dan keberagaman budaya menjadi daya tarik bagi wisatawan. Indonesia merupakan negara kepulauan sehingga memiliki garis pantai yang panjang. Badan Informasi Geospasial (BIG) menyebutkan bahwa total garis pantai Indonesia adalah 99.093 kilometer (*National Geographic* Indonesia, 2013), oleh karena itu Indonesia memiliki potensi pariwisata pantai yang tinggi.

Sektor pariwisata di Indonesia mampu memberikan sumbangan terhadap kondisi perekonomian. Tahun 2014 sektor pariwisata menempati posisi ke empat penghasil devisa setelah minyak & gas bumi, batu bara dan minyak kelapa sawit (Kemenpar, 2016). Kementerian Pariwisata menyampaikan pada tahun 2016 sektor pariwisata menyumbang devisa nasional 9,3 % dibandingkan sektor lainnya. Penerimaan devisa sektor pariwisata tertinggi mencapai 13%. Selain mampu menghasilkan devisa tinggi, pengeluaran sektor pariwisata untuk biaya marketing hanya sebesar 2% dari proyeksi devisa yang dihasilkan. Sektor pariwisata juga memiliki peran yang besar dalam menyediakan lapangan kerja. Pariwisata turut berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan sebesar 9,8 juta. Sektor pariwisata juga ditargetkan menjadi penghasil devisa tertinggi pada tahun 2019 (bumntrack.co.id).

Keragaman potensi wisata suatu daerah menjadi modal besar dalam pembangunan pariwisata. Pembangunan dan pengembangan wisata bisa dilakukan dengan memilih salah satu obyek wisata yang bisa menjadi *leading industry*, karena pembangunan wisata secara keseluruhan memerlukan biaya yang lebih besar. Perencanaan pariwisata memerlukan adanya analisis potensi yang hasilnya berupa laporan tentang potensi dan prioritas dalam pengembangan wisata (Hall, 2008 : 104). Oleh karena itu diperlukan suatu analisis untuk mengetahui obyek wisata mana yang potensial untuk dikembangkan. Obyek wisata yang berpotensi tinggi dijadikan *leading industry* dengan harapan mampu menarik obyek obyek wisata disekitarnya untuk berkembang.

Pembangunan pariwisata diharapkan mampu memberikan dorongan terhadap pertumbuhan ekonomi, pendapatan daerah, memberdayakan masyarakat, dan

memperluas lapangan pekerjaan. Menurut Pendit (1994 : 34) pariwisata adalah salah satu jenis industri baru mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta stimulasi sektor sektor produksi lainnya. Bukti bahwa pembangunan pariwisata mampu mendorong berkembangnya sektor sektor produksi lain yaitu keberadaan sarana prasarana penunjang seperti restoran, hotel dan jasa akomodasi lain. Tujuan utama dari pembangunan pariwisata yaitu untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, karena pada dasarnya pembangunan pariwisata adalah untuk mendatangkan wisatawan.

Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan memberikan kontribusi bagi perkembangan pariwisata. Tingginya jumlah wisatawan yang datang menunjukkan suatu kawasan wisata memiliki daya tarik yang tinggi. Keindahan atraksi wisata menjadi faktor penarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.

Keberhasilan pembangunan pariwisata dapat diukur dengan kunjungan wisatawan. Menurut Soekadijo (1997:1) tanpa adanya wisatawan semua kegiatan pembangunan dan pemugaran obyek obyek kebudayaan, pembangunan hotel, persediaan angkutan dan sebagainya itu tidak memiliki makna kepariwisataan. Pembangunan pariwisata akan mendapatkan arti kepariwisataan apabila ada wisatawan yang mengunjungi obyek obyek tersebut, serta memanfaatkan fasilitas yang ada.

Tabel 1: Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto Seri 2010 Kabupaten Trenggalek 2015

Periode	PDRB (Jutaan Rp)		Pertumbuhan Ekonomi
	Harga Berlaku	Harga Konstan	
(1)	(2)	(3)	(4)
2010	7.962.130,1	7.962.130,1	5,67
2011	8.944.130,7	8.435.218,8	5,94
2012	9.969.195,2	8.959.464,3	6,21
2013	11.006.754,6	9.489.442,2	5,92
2014	12.306.619,9	9.996.743,3	5,35
2015	13.684.619,9	10.506.102,2	5,10

Sumber : Kabupaten Trenggalek Dalam Angka 2016

Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang tinggi, mulai dari wisata alam, budaya hingga buatan manusia. Permasalahan yang muncul adalah adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Trenggalek tahun 2014 sebesar 12,1%, selain itu pertumbuhan ekonomi Kabupaten Trenggalek



menurun sebesar 9,6%. Tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Trenggalek mengalami peningkatan sebesar 15%, namun peningkatan tersebut belum dibarengi dengan peningkatan kondisi ekonomi masyarakat, dimana pertumbuhan ekonomi Kabupaten Trenggalek tahun 2015 turun sebesar 4.7% ditambah lagi dengan jumlah penduduk miskin yang meningkat dari tahun 2014 sebesar 2,4%.

Tabel 2 : Garis Kemiskinan Dan Penduduk Miskin Di Kabupaten Trenggalek 2010 - 2015

Tahun	Garis Kemiskinan (Rp)	Penduduk Miskin	
		Jumlah	Persentase
2011	214.312	101.183	14.90
2012	235.002	96.927	14.20
2013	243.663	92.798	13.50
2014	250.660	90.040	13.10
2015	Na	92.170	13.38

Sumber : Kabupaten Trenggalek Dalam Angka 2016

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul: “KAJIAN POTENSI WISATA PANTAI KABUPATEN TRENGGALEK”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek.

## METODE

Jenis Penelitian merupakan penelitian survey yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan potensi pariwisata khususnya pantai dengan melakukan survey menggunakan pedoman yang telah disusun dan menggunakan kuesioner sebagai alat atau instrumen untuk mengumpulkan data. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995:11).

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Trenggalek. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara purposive, yang artinya lokasi penelitian ditentukan sendiri oleh peneliti yaitu : Pantai Prigi di Desa Tasikmadu Kecamatan Watulimo, Pantai Blado di Desa Munjungan Kecamatan Munjungan dan Pantai Pelang di Desa Wonocoyo Kecamatan Panggul.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek dan masyarakat di sekitar obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek. Sampel wisatawan berjumlah 102 wisatawan yang terbagi menjadi 3 yaitu 34 wisatawan pada masing masing obyek wisata pantai. Sampel masyarakat di sekitar obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek yaitu 100 orang masyarakat di desa dimana obyek wisata pantai berada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek. Jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan metode *Integrated Beach Value Index* (IBVI) dengan parameter *Beach Index* (BI), *Knowledge Index* (KI) dan *Monetary Index* (MI). Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

## HASIL

Potensi obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek diperoleh dengan menggunakan teknik *Integrated Beach Value Index* (IBVI) dengan parameter *Beach Index* (BI), *Knowledge Index* (KI) dan *Monetary Index* (MI). BI mendiskripsikan kesesuaian pantai sebagai obyek wisata (Rukmana, 2013 : 53), beberapa hal yang dipertimbangkan adalah kesesuaian obyek wisata sebagai daerah tujuan wisata yang dilihat dari sapta pesona pariwisata dan prasarana wisata.

Obyek wisata Pantai Pelang memiliki nilai potensi BI yang tinggi. Aspek BI yang pertama adalah kesesuaian obyek wisata sebagai daerah tujuan wisata yang dilihat dari sapta pesona pariwisata. Sapta pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan.

Keamanan merupakan kondisi yang bisa menjamin keselamatan jiwa dan fisik termasuk milik (bawaan) wisatawan. Kondisi fisik Pantai Pelang kurang menjamin keamanan wisatawan karena ombak pantai yang berbahaya, sehingga wisatawan tidak dapat dengan bebas berinteraksi dengan pantai. Secara sosial obyek wisata Pantai Pelang aman dari ancaman tindak kejahatan, kekerasan dan lain sebagainya, selain itu obyek wisata Pantai Pelang juga aman dari gangguan binatang buas.

Faktor ketertiban obyek wisata Pantai Pelang secara umum terlihat baik, seperti pengunjung yang selalu membeli tiket di loket yang tersedia. Ketersediaan papan informasi Pantai Pelang tidak membingungkan sehingga mempermudah wisatawan menemukan prasarana yang dibutuhkan. Ketertiban juga didukung dengan pedagang yang ada disekitar Pantai Pelang berjualan pada tempat yang sudah disediakan sehingga tidak mengganggu kenyamanan wisatawan. Lahan parkir yang ada belum dimaksimalkan oleh wisatawan terutama bagi pengendara sepeda motor.

Kondisi kebersihan obyek wisata Pantai Pelang masih kurang terjaga. Kebersihan adalah suatu keadaan atau kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah limbah, penyakit dan pencemaran. Wisatawan akan merasa betah dan nyaman bila berada di tempat tempat yang bersih, sehingga kebersihan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk dijaga. Pengelola obyek wisata Pantai pelang sudah menyediakan tempat sampah yang disebar di beberapa titik di lokasi wisata namun belum dimanfaatkan wisatawan dengan baik, hal tersebut terlihat dari adanya sampah yang berserakan dan penumpukan sampah di beberapa titik di lokasi wisata.

Kebersihan obyek wisata Pantai pelang didukung dengan kelestarian alam yang masih terjaga. Kelestarian alam terlihat dari adanya pepohonan rindang yang ada di sekitar lokasi wisata. Hal tersebut merupakan cerminan kondisi kesejukan obyek wisata pantai yang merupakan aspek sapta pesona pariwisata.

Keindahan juga merupakan salah satu unsur sapta pesona yang harus diperhatikan. Indah adalah keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan

yang menarik dan sedap dipandang. Faktor keindahan obyek wisata Pantai Pelang tergolong baik dimana bangunan dan fasilitas yang ada dalam keadaan baik dan tertata rapi.

Keramahan yang ada pada suatu obyek wisata juga merupakan sebuah daya tarik. Ramah tamah merupakan suatu sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan, suka membantu, suka tersenyum dan menarik hati. Keramahan pada obyek wisata dapat dilihat dari sikap petugas terhadap pengunjung seperti petugas bersikap ramah dan sopan, tersenyum ketika bertemu pengunjung dan mau membantu atau memberi arahan/petunjuk kepada pengunjung yang membutuhkan. Keramahan tersebut menjadi salah satu unsur yang sudah dimiliki oleh obyek wisata Pantai Pelang.

Unsur sapta pesona yang ketujuh adalah kenangan. Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Hasil dari penelitian menunjukkan obyek wisata Pantai Pelang memiliki kenangan/kesan yang baik. Hal itu didukung dengan pendapat responden/wisatawan yang ingin berkunjung kembali ke Pantai Pelang. Wisatawan juga mengabadikan momen berkunjung ke obyek wisata tersebut serta menceritakan pengalaman berwisata di Pantai Pelang.

Aspek BI yang kedua adalah ketersediaan prasarana wisata. Menurut Soekadijo (1997:27) atraksi, bidang jasa dan transportasi merupakan komponen komponen dari produk kepariwisataan yang utuh. Dalam melakukan perjalanan wisata tentunya perlu adanya fasilitas penunjang yang bisa memenuhi kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan. Prasarana wisata meliputi jalan umum menuju lokasi wisata, transportasi umum, restoran/rumah makan, tempat menginap, tempat untuk menikmati obyek wisata, tempat ibadah, tempat parkir, MCK, pusat informasi, souvenir dan papan penunjuk arah ke lokasi wisata dan fasilitas umum.

Lokasi obyek wisata Pantai Pelang dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan. Jalan umum menuju lokasi wisata dapat dilalui dengan mudah dan juga tersedia angkutan umum menuju lokasi wisata. Fasilitas pemenuhan kebutuhan wisatawan Pantai Pelang sudah tersedia seperti rumah makan, tempat menginap, tempat ibadah, tempat parkir dan MCK. Fasilitas pendukung lain yang tersedia antara lain fasilitas untuk menikmati obyek wisata, pusat informasi dan papan penunjuk arah menuju lokasi wisata dan fasilitas umum serta souvenir.

Tabel 3 : Hasil BI, KI dan MI Pantai Pelang

Parameter	Indeks Hasil	Indeks Maksimal	Skor Potensi
<i>Beach Index</i> (BI)	4011	4896	0.82 (Tinggi)
<i>Knowledge Index</i> (KI)	1777	2720	0,65 (Sedang)
<i>Monetary Index</i> (MI)	4147	5600	0,74 (Sedang)

Standar nilai dalam tiga peringkat (0,25 – 0,49 = rendah, 0,50 – 0,74 = sedang, 0,75 – 1 = tinggi)

Potensi obyek wisata pantai yang kedua dilihat dari *Knowledge Index* (KI). KI mendiskripsikan informasi yang diperoleh wisatawan mengenai obyek wisata. Beberapa hal yang dipertimbangkan adalah

pelayanan jasa dan keberadaan dari obyek wisata tersebut melalui sarana dan media promosi, frekuensi promosi dan jangkauan promosi. Pelayanan jasa dalam hal ini adalah dari masyarakat, seperti masyarakat bersikap ramah kepada pengunjung, masyarakat menyediakan keperluan pengunjung, masyarakat bersedia menjadi pemandu bagi wisatawan yang membutuhkan, dan juga masyarakat turut menjaga keamanan lokasi wisata. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan masyarakat ikut berpartisipasi dalam menyediakan jasa kepada wisatawan seperti menyediakan keperluan wisatawan dan menjadi pemandu bagi wisatawan yang membutuhkan.

Aspek kedua KI adalah promosi. Promosi terdiri dari media, frekuensi dan jangkauan promosi. Berdasarkan hasil penelitian obyek wisata Pantai Pelang diketahui wisatawan melalui 1 – 2 media promosi. Obyek wisata juga diperkenalkan oleh masyarakat, selain itu wisatawan juga berpartisipasi dalam promosi obyek wisata yaitu dengan menceritakan obyek wisata Pantai Pelang saat pertemuan keluarga atau yang lainnya. Frekuensi promosi dilakukan sekali dalam beberapa bulan dan menjangkau ke kota dan kabupaten di sekitar Kabupaten Trenggalek dan juga daerah di luar Jawa Timur.

Potensi obyek wisata pantai ketiga dilihat dari *Monetary Index* (MI). MI mendiskripsikan dampak ekonomi yang ditimbulkan dari adanya obyek wisata tersebut, ketersediaan lapangan pekerjaan dan perkembangan aktifitas ekonomi. Dampak ekonomi obyek wisata Pantai Pelang terhadap masyarakat adalah dapat memberikan alternatif sebagai sarana untuk mencari nafkah dan mampu menambah penghasilan masyarakat, selain itu masyarakat juga mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah. Keberadaan obyek wisata Pantai Pelang belum bisa memberikan pekerjaan yang tetap bagi masyarakat sehingga membutuhkan sumber penghasilan lain untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari hari.

Obyek wisata Pantai Pelang memberikan dampak positif dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitarnya. Peluang lapangan pekerjaan keberadaan Pantai antara lain membuka kesempatan masyarakat untuk berdagang, membuka usaha jasa seperti persewaan pelampung dan sebagainya serta peluang usaha membuat souvenir

Peluang usaha tersebut masih kurang dirasakan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian nilai potensi yang dilihat dari ketersediaan lapangan pekerjaan menunjukkan potensi yang sedang, akan tetapi keberadaan obyek wisata Pantai Pelang masih mampu menggerakkan roda ekonomi masyarakat. Kondisi tersebut terlihat dari kemampuan Pantai Pelang untuk menarik wisatawan sehingga meningkatkan tingkat jual beli daerah. Hasil dari aktifitas tersebut adalah bertambahnya penghasilan masyarakat akan tetapi belum mampu meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menabung.

Potensi obyek wisata Pantai Pelang apabila dilihat dari BI (kesesuaian obyek wisata pantai sebagai daerah tujuan wisata dan juga ketersediaan sarana dan



prasarana wisata menunjukkan potensi yang tinggi. Potensi tersebut tidak sebanding dengan nilai KI dan MI. KI menunjukkan tingkat pelayanan jasa dan juga promosi. Nilai KI yang sedang menunjukkan Pantai Prigi memerlukan peningkatan dalam hal pelayanan jasa dan promosi.

Dampak ekonomi juga kurang dirasakan oleh masyarakat di sekitar obyek wisata Pantai Pelang. Hal tersebut didasarkan pada nilai MI yang menunjukkan potensi yang sedang sedangkan nilai BI menunjukkan nilai tinggi. Perbedaan nilai potensi antara BI dan juga MI menunjukkan adanya kesenjangan. Obyek wisata yang memiliki nilai tinggi tentunya akan memberikan nilai ekonomi yang tinggi pula bagi masyarakat yang ada di sekitarnya.

Manfaat ekonomi yang belum dirasakan oleh masyarakat sekitar bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti belum adanya kesadaran masyarakat terhadap peluang ekonomis keberadaan obyek wisata dan kurangnya modal. Peluang ekonomis tersebut bisa saja dimanfaatkan oleh masyarakat dari luar daerah dimana obyek wisata berada. Partisipasi masyarakat yang kurang tentunya menimbulkan peluang ekonomis bagi siapa saja yang mampu melihat dan menangkap peluang tersebut, tak terkecuali masyarakat yang secara geografis jauh dari lokasi wisata.

Kepemilikan modal juga merupakan hal yang mampu menghambat partisipasi masyarakat dalam mengambil peluang tersebut. Partisipasi tersebut bisa berupa usaha dagang, pembuatan souvenir, penyedia jasa dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut membutuhkan modal yang tidak sedikit, sehingga pihak yang memiliki modal yang besar akan lebih diuntungkan karena potensi (BI) yang dimiliki obyek wisata Pantai Pelang besar.

Tabel 4 : Nilai Potensi Obyek Wisata Pantai Kabupaten Trenggalek

Index	Prigi	Blado	Pelang
BI	0,80 (Tinggi)	0,66 (Sedang)	0,82 (Tinggi)
KI	0,67 (Sedang)	0,59 (Sedang)	0,65 (Sedang)
MI	0,75 (Sedang)	0,81 (Tinggi)	0,74 (Sedang)
IBVI	0,74 (Sedang)	0,69 (Sedang)	0,69 (Sedang)

Sumber : Data primer 2017, diolah

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang potensi obyek wisata pantai Kabupaten Trenggalek, dapat disimpulkan bahwa potensi obyek wisata pantai Prigi tergolong sedang. Potensi tersebut ditinjau dari segi *Beach Index* (BI) menunjukkan potensi tinggi dengan nilai 0,80, sedangkan ditinjau dari *Knowledge Index* (KI) dan *Monetari Index* (MI) pantai Prigi juga memiliki potensi yang sedang dimana nilai KI 0,67 dan nilai MI 0,75. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai *Integrated Beach Value Index* (IBVI) obyek wisata Pantai Prigi adalah 0,74 dengan kategori sedang.

Pantai Blado merupakan pantai yang bisa dikategorikan memiliki potensi yang sedang, dimana nilai *Beach Index* (BI) adalah 0,66 dengan kategori sedang, nilai *Knowledge Index* (KI) adalah 0,59 termasuk kategori sedang dan nilai *Monetari Index* (MI) adalah 0,81 dengan kategori tinggi. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai *Integrated Beach Value Index* (IBVI) obyek wisata Pantai Blado adalah 0,69, nilai tersebut dikategorikan kedalam potensi yang sedang.

Potensi obyek wisata pantai Pelang tergolong sedang. Potensi tersebut ditinjau dari segi *Beach Index* (BI) menunjukkan potensi tinggi dengan nilai 0,82, sedangkan ditinjau dari *Knowledge Index* (KI) dan *Monetari Index* (MI) Pantai Pelang memiliki potensi yang sedang dimana nilai KI 0,65 dan nilai MI 0,74. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai *Integrated Beach Value Index* (IBVI) obyek wisata Pantai Pelang adalah 0,69, nilai tersebut dikategorikan kedalam potensi yang sedang.

### B. Saran

#### 1. Bagi Pemerintah

Beberapa saran berdasarkan hasil penelitian bagi pengelola antara lain :

- Obyek wisata memerlukan perawatan berkala terhadap prasarana yang ada (seperti fasilitas untuk menikmati obyek) untuk menjaga kenyamanan wisatawan.
- Perlu diupayakan peningkatan kebersihan lokasi wisata agar kesan obyek wisata semakin baik sehingga menarik wisatawan. Beberapa hal bisa dilakukan adalah dengan menambah tempat sampah yang tersebar di berbagai titik di lokasi wisata, memasang papan/spaduk yang menarik berisikan anjuran untuk menjaga kebersihan dan menambah tenaga kebersihan di lokasi wisata.
- Menambah atraksi di lokasi wisata. Obyek wisata Pantai Prigi, Pantai Pelang dan Pantai Blado merupakan pantai yang memiliki lokasi luas. Hal tersebut merupakan potensi yang bisa dimanfaatkan untuk menambahkan atraksi dan prasarana pendukung di lokasi wisata agar semakin menarik wisatawan.
- Melakukan kerjasama dengan masyarakat dalam mengelola obyek wisata. Pengembangan obyek wisata tentunya membutuhkan banyak tenaga kerja tambahan. Pemerintah sebagai pengelola obyek wisata dapat memberikan lowongan pekerjaan kepada masyarakat, seperti petugas kebersihan mengingat salah satu permasalahan di obyek wisata adalah kurangnya kebersihan. Kerjasama tersebut mampu memberikan dorongan terhadap kondisi perekonomian masyarakat di sekitar obyek wisata.

- e. Pemerintah hendaknya memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait keberadaan obyek wisata dan dampak yang dihasilkan dari pengembangan suatu obyek wisata. Pengarahan tersebut dimaksudkan agar masyarakat mampu menangkap setiap potensi yang ada. Hasil dari kegiatan tersebut diharapkan masyarakat mampu berperan aktif dalam mendukung keberadaan obyek wisata.
  - f. Pemerintah juga bisa memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk membuat kerajinan khas daerah yang hasilnya bisa dipasarkan di lokasi wisata. Kegiatan tersebut mampu mendukung kondisi perekonomian masyarakat.
2. Bagi Masyarakat
- Beberapa saran berdasarkan hasil penelitian bagi masyarakat adalah :
- a. Masyarakat hendaknya mampu mengambil peluang ekonomi dari adanya keberadaan obyek wisata seperti berdagang, membuat souvenir dan menyewakan berbagai keperluan untuk wisatawan.
  - b. Masyarakat juga bisa bergabung dengan pihak swasta yang bergerak dibidang pariwisata seperti biro perjalanan wisata, khususnya bagi masyarakat yang tidak memiliki modal yang cukup untuk membuka usaha sendiri. Kegiatan tersebut dimaksudkan agar masyarakat tetap mampu berperan dalam mendukung perkembangan pariwisata meskipun dengan modal yang sedikit.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Usaha Milik Negara. 2016. *Pariwisata : Penghasil Devisa Nomor Satu*. (Online). (<http://bumntrack.co.id/pariwisatapenghasil-devisa-nomor-satu/>, diakses 18 Agustus 2017)
- Hall, C. Michael. 2008. *Tourism Planning : Policies, Processes and Relationship* – 2<sup>nd</sup> ed. England : Pearson Prentice Hall
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2016. *Laporan Kinerja : Statistik : Statistik Pariwisata : Ranking Devisa Pariwisata*. (Online) (<http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=117&id=1198>, diakses 3 Maret 2016)
- National Geographic Indonesia. 2013. Terbaru : *Garis Pantai Indonesia Capai 99.000 kilometer*, (Online) (<http://nationalgeographic.co.id/berita/2013/10/terbaru-panjang-garis-pantai-indonesia-capai-99000-kilometer>, diakses 10 juni 2016)
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradnya Paramita
- Rukmana, Chandra Satrya. 2013. *Studi Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Sampang*. JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 2, No. 1, Hal. 52 – 55 (Online)(<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=88974&val=4186>, diakses 23 April 016)
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES
- Soekadijo, R.G. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama